

Praxisworkshop SPIN Selling

Die Rolle des Vertrieblers hat sich gewandelt: Vom klassischen „Verkäufer“ zum vertrauenswürdigen Berater und zum langfristigen, strategischen Technologiepartner. Gerade für erklärungsbedürftige Produkte und für komplexe, langfristige Projekte hat sich die Methode des SPIN Selling bewährt: In vier differenzierten Stufen wird der Kunde mit jeweils spezifischen Fragen durch das Vertriebsgespräch geführt. Im Laufe des Gesprächs entwickelt er selbst die Erkenntnis, dass das angebotene Leistungsspektrum sehr präzise zu dem eigenen Anforderungsprofil passt. So entsteht eine starke intrinsische Motivation des Kunden, in eine Projektpartnerschaft zu gehen.

Inhalte:

- Wandel der Vertriebsrollen: Vom Verkäufer zum Berater
- SPIN Selling-Techniken und ihre Anwendung
- Entwicklung effektiver Fragestrategien, um Kundenbedürfnisse zu identifizieren
- Anregung zur Kunden-Selbsterkenntnis und intrinsischer Kaufmotivation
- Strategien für den Aufbau von Vertrauen und langanhaltenden Kundenbeziehungen
- Praxisfälle der Teilnehmenden für die Anwendung der SPIN-Techniken in komplexen Vertriebssituationen

Thematische Vertiefungsoptionen

- Strategische Buying Center Analyse
- Business Storytelling: Fachwissen in starke Bilder verwandeln

Zielgruppe

Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter, die erklärungsbedürftige Produkte / Dienstleistungen verkaufen

Methoden

Impulsvortrag und Praxisbeispiele, Plenums-, Gruppen- und Einzelarbeit, individuelle Reflexion zum Praxistransfer sowie Transfertipps